霍为兵：超融合开启媒体新时代

“转型一定要重新建立用户的连接，建立用户的数据库，
真正了解我们的用户。”



（北京北大方正电子有限公司事业部总经理　霍为兵）

在媒体融合发展进程中，方正从 2007 年开始探索媒体转型，在 2014 年媒体融合元年后又参与了更多的项目建设，在这个过程中一直在探讨何为融合，何为融为一体、合而为一。值得注意的是，第一，加速互联网化方向是一个既定的方向，而且应该是转型的方向，要建立适合互联网传播的，特别是移动互联网传播的新闻生产方式、生产流程和指挥体系。第二，转型要有新的产品出来，要有互联网化的产品，并且是吸引受众的互联网化的产品。第三，转型一定要重新建立用户的连接，建立用户的数据库，真正的了解我们的用户。

在新媒体的四大生态要素中，包括用户、内容、技术和商业。其中，在用户方面，所生产的新闻资讯是媒体用户的刚需。在日常生活中每个人每天平均会花 76 分钟去了解相应的新闻资讯，而且有 29% 的人通过移动互联网去了解资讯，从数据来看，目前已经形成移动化、碎片化阅读场景的趋势，而且都是以兴趣为导向。在内容建设方面，专业媒体和自媒体会长期共存，重新改变整个内容的新边界，从资讯、泛资讯到知识订阅成为内容的新三级。在技术方面，未来新媒体给大家带来切实改变的是智能的生产辅助、对用户和内容的全面标签化、对个体和族群的个性化分发，这些都会是未来技术研究的方向。在商业模式方面，在新媒体领域，从富媒体广告到精准的场景化分发以及会员的精耕，都是我们在商业中要需要去尝试与转变的。

方正推出的超融合解决方案，真正的融合了包括管理、业务、用户和数据，同时基于大数据技术，从策划、选题到传播以及运营全面融合。但融合不是一蹴而就，是一个过程，针对不同的媒体用户痛点，超融合方案能够适应媒体在转型中的不同过程、不同阶段。在移动方面，确立媒体“移动 +”战略，打造新闻 + 资讯 + 服务的新媒体产品。全面支撑媒体核心业务移动化。同时，推出的“大智慧”解决方案以大数据 + 人工智能，双引擎驱动，为融媒体生产、管理提供全面的支持，这其中能否与业务系统结合，服务各种业务是关键。这套超融合媒体解决方案，全部基于大数据平台，包括报道指挥、融媒体的采编发流程、智能决策管理以及面向客户的经营管理，打造出适应客户的新媒体产品矩阵。

首先在大数据应用方面，方正的数据中心每天抓取过千万的数据量，通过专业采集、定向采集、网络漫爬进行全面的信息采集。每天对更新的专业媒体数据、全网社交化媒体的数据抓取后进行相应的清洗，为用户提供服务。其次，在智能分析方面，包括检索、智能分析、分布式存储、多媒体处理等等。其中在视频领域，方正提供的视频识别技术可以实现在海量视频中快速定位相应的人脸，相应的标识、相应的字幕等等。在机器写作方面，Dreamwriter 已经可以每天写稿达 2000 多篇，我们相信机器写作也会在未来得到更广泛的应用。方正在机器写作方面参与南都的小南，广州日报的阿同建设，在未来方正会继续发挥在机器写作方面的价值。

方正非常注重整个大数据平台在报道策划、内容创作、传播分析以及新媒体运营、媒体经营方面的应用。近年来，参与几十家媒体报道指挥平台的建设。例如，《羊城晚报》与方正合作建设的系统平台是一个高度集成的、可视化控制中心，将大屏、桌面、手机屏三屏联动，实现报道指挥系统无处不在以及移动化办公。同时，平台强调安全性，特别在

重大新闻报道中，平台可以形成新媒体特需的多级审核，并对敏感词、内容差错提供智能提醒服务，同时由于新媒体发布速度快，平台提供及时的撤稿服务，实现一键撤稿。在对新媒体量化考核方面，解决方案可以适应不同媒体的不同要求，获取全网数据，包括是否为原创稿件，追踪相应的阅读量、点击量、评论量等等以及在全网的传输数据。新推出的移动协同平台，不同于以往的手机采编，不仅方便移动创作，同时提供推荐热点新闻相应的数据，而在协同生产方面，能够方便快速组建临时报道组进行协同生产。在帮助媒体重构用户连接方面，建立用户中心平台，将网站、纸媒，客户端、微博微信的用户信息有效汇聚，对其进行画像分析，进而提供精准的个性化服务以及个性化营销，带来新的商业模式。

超融合解决方案是从整个生产业务流程、经营管理流程，用户、数据层面进行超融合。在新媒体方面打造有竞争力的新媒体产品矩阵，同时提供协同办公的移动端应用系统。在大数据方面帮助用户管理内容数据、用户数据、行为数据。超融合解决方案的融合过程，不仅仅是技术的融合，更是管理的融合、业务的融合、数据的融合以及整个用户的融合。借用腾腾讯的一句话，这注定是一场不平凡的迁徙，你将失去一些，然后将得到更多。

郭全忠：传媒转型中的八大技术痛点

“媒体转型过程中有一个方法论至关重要。即，我们要站在未来看现在，一定要清楚未来的发展趋势，倒过来找转型的路径。”



（国家行政学院社会和文化教研部　郭全中）

目前，传统媒体在转型中有八大技术痛点 。其中包括：重采编轻经营无管理无技术、重一次外包，轻迭代、重传统IT 技术，轻互联网技术、重 PC 端，开始向移动端走，但轻数据和智能、重内容延伸，轻用户沉淀、重硬件轻体制机制的再造、重封闭，轻开放、缺乏成为转型动力机制的决心和雄心。

痛点一：重采编，轻经营

在传统媒体中采编、广告经营、发行备受重视，而管理与技术最容易被忽视。传统媒体在技术方面的表现，首先是地位低。过去传统媒体的技术部门多以维护、设备故障处理为主。其次是待遇差。与互联网公司相比，传统媒体的技术人员收入普遍偏低。同时，晋升机会少。过去传统媒体发展主要靠采编与经营，技术的变化因素小，所以重采编轻经营，无管理无技术具有一定的合理性。

但是，从上世纪 90 年代末至今，在互联网技术的推动之下，不重视技术远远没有合理性。技术在媒体变革中开始起决定性作用，所以，现在的媒体变革一定要培养技术基因，在组织架构中一定要设立一个首席技术官，或是首席数据官，如果组织架构中不重视技术，很难跟上媒体转型的步伐。所以第一要解决的痛点是重视技术的问题，这其中要重视技术人才的技术水平、技术人员的地位与待遇。

痛点二：重一次外包，轻迭代

互联网的本质特征之一是快速迭代。但是，传统媒体在技术处理上，一套技术架构成型后，很少做迭代更新。互联网时代以用户体验为王，而用户体验需要技术的迭代来保证。当系统出现问题时，要快速通过迭代来解决、修复 bug。

传统媒体在转型过程中，首先要自己有一个真正的技术团队，其次与技术公司建立更加紧密的关系，通过合作快速